



25. Februar 2009

Presseinformation

Produktboom in der deutschen Versicherungswirtschaft

- **Zwei Drittel der Top-Entscheider wollen mit neuartigen Policen Umsätze einfahren**

Knapp 80 Prozent der deutschen Versicherungsmanager erwartet für 2009 eine wachsende Produktvielfalt in der Assekuranz. Neue Risiken und geänderte Kundenwünsche werden künftig schneller und flexibler in neue Versicherungsprodukte einfließen, so die Einschätzung der Branchenexperten. Zudem soll die Kombination von verschiedenen Policen für Produktinnovationen und damit für zusätzliche Umsätze sorgen. Aktuelles Beispiel: Versicherungspakete, die genau auf die Bedürfnisse von Skifahrern abgestimmt sind. Diese beinhalten sowohl eine Unfall- und Haftpflichtversicherung als auch Rechts- und Versicherungsschutz bei Skibruch und -diebstahl. Das ist das Ergebnis der Studie „Trendbarometer Versicherungen“ des Consulting-Unternehmens PPI AG in Zusammenarbeit mit dem IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung.

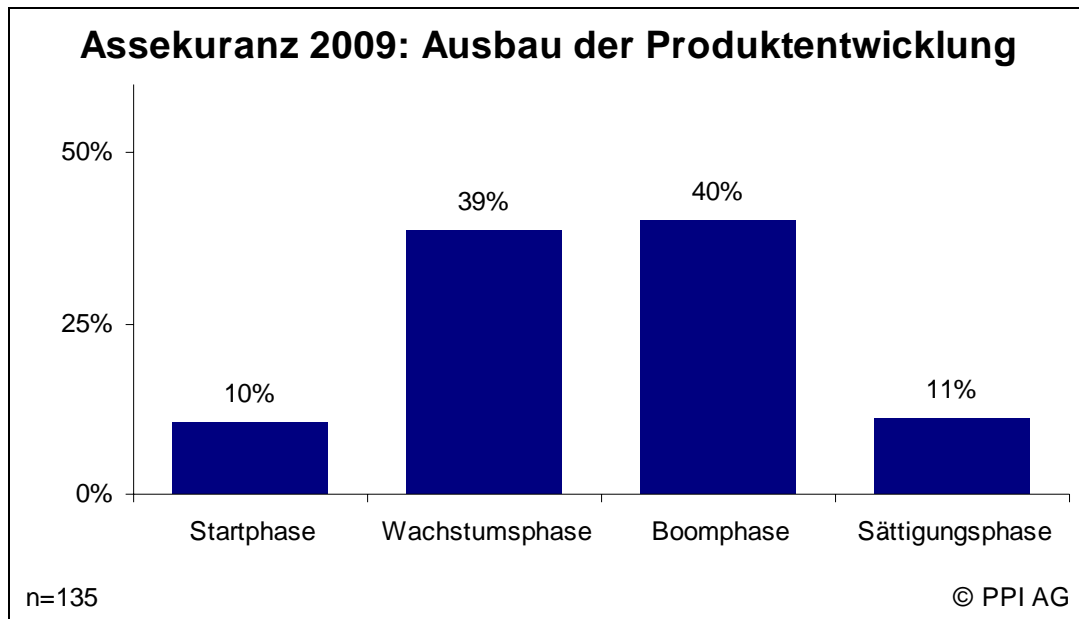
Rund zwei Drittel der befragten Fach- und Führungskräfte verbinden mit dem Ausbau ihres Produktportfolios wachsende Vertriebschancen für das eigene Unternehmen. Kein anderer Markttrend wird von den Versicherungsentscheidern so positiv bewertet. Entsprechend will die Assekuranz verstärkt neue Policen und Tarifmodelle auf den Markt bringen. So erwarten 39 Prozent der befragten Experten im Bereich der Produktentwicklung einen branchenweiten Wachstumsschub. 40 Prozent prognostizieren sogar einen regelrechten Boom.

Bei der Erweiterung ihrer Versicherungsprodukte konzentriert sich die Branche vor allem auf besondere Zielgruppen. So stellen die Versicherer Spezialangebote zusammen, die zum Beispiel gezielt auf die Bedürfnisse von jungen Familien, Senioren oder Existenzgründern abgestimmt sind. Häufig werden auch Versicherungsprodukte mit fachfremden Zusatzdienstleistungen kombiniert. Dazu zählen zum Beispiel Assistance-Angebote, wie etwa ein Ersatzfahrzeug, juristischer Beistand oder eine Haushaltshilfe.

Doch noch längst nicht alle Versicherer sind optimal gerüstet, um vom anstehenden Produktboom zu profitieren. So sind zwar 43 Prozent der befragten Unternehmen bereits in der Lage, schnell und flexibel neue Produkte zu entwickeln und auf den Markt zu bringen. Doch ein Drittel der Versicherer befindet sich derzeit noch in der Planungsphase. Weitere 23 Prozent prüfen sogar noch, ob sich Investitionen in diesem Bereich überhaupt lohnen.



PPI AKTIENGESELLSCHAFT



80 Prozent der Entscheider erwarten eine zunehmende Produktvielfalt.

Hintergrundinformationen

Die Studie „Trendbarometer Versicherungen“ stellt die Ergebnisse einer Online-Marktforschung dar, die im Auftrag der PPI AG in Kooperation mit dem IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung durchgeführt wurde. Im Zeitraum vom 14. bis zum 21. November 2008 wurden 210 Fach- und Führungskräfte aus der Versicherungswirtschaft befragt.

PPI Aktiengesellschaft

Die PPI Aktiengesellschaft ist seit 25 Jahren an den Standorten Hamburg, Kiel und Frankfurt erfolgreich für die Finanzbranche tätig. 2008 erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen 280 Mitarbeitern 35,5 Millionen Euro Umsatz in den drei Geschäftsfeldern Consulting, Software Factory und Produkte. PPI stärkt die Marktposition von Versicherungsunternehmen durch fachlich wie methodisch exzellente Lösungen für alle Kernprozesse der Assekuranz, basierend auf langjähriger Praxiserfahrung. In der Software-Entwicklung stellt PPI durch professionelle und verlässliche Vorgehensweise eine hohe Qualität der Ergebnisse und absolute Budgettreue sicher. Das Consulting-Angebot erstreckt sich von der strategischen über die versicherungs- und bankfachliche bis zur IT-Beratung.

Pressekontakt

Andreas Gutjahr
Faktenkontor GmbH
Tel: +49 (0)40 22703-5470
Fax: +49 (0)40 22703-1470
E-Mail: andreas.gutjahr@faktenkontor.de